

最新美发店染发活动方案(优质8篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

美发店染发活动方案篇一

活动日期：12月15日至1月8日

活动宗旨

- (1) 在圣诞，元旦旺季前，为回馈长久支持本店的顾客。
- (2) 借此活动让顾客认同本店专业技术和服务，提升整个店的客单价，形成新的高价战略。
- (3) 通过本次活动的促使全体员工同心协力，团结互助的精神，并得到凝聚和发挥。
- (4) 创造达成个人和团队的业绩。
- (5) 脱离竞争压力, 稳定客群，拉开与竞争对手的距离。
- (6) 立体造势，大量吸引人。
- (7) 帮助员工认识到只有在会员卡、贵宾卡的保护下，才会有真正的不断的回头客。只有大量吸引顾客，才能稳定个人及店面的业绩基础。
- (8) 帮助员工创造更多的烫发、染发、护发机会，稳定顾客群，更好控制顾客消费周期。

(9)激励团队以团队利益为出发点，营造一个“比、学、赶、帮、超”气氛。

(10)争当【服务天使】【技术能手】【进步员工】的先进荣誉福利并举。

活动内容

(1)对外以3或2折来吸引客群，以全能浪漫无损烫大酬宾，创造大客群。

(2)内部设定烫发套餐，剪发卡销售责任目标数，创造高单价高额业绩。

(3)规定员工贵宾卡销售责任数，奖罚并举。

(4)凡活动期间来店烫发一律可享受全能浪漫无损3或2折。

(5)凡活动期间来店进行消费的顾客，都可以免费使用本发型设计软件进行设计大头贴或免费进行发型设计6个发型。

其实很多顾客都想看看自己设计为其它发型如何?如何能使用发型设计软件进行免费给顾客设计发型，也是一个很好的方法，这样也是其它美发店没有的。

(6)凡烫发顾客在当日护发，染发套餐优惠。

a套全能浪漫无损烫发原价ss元+靓点染发原价__元。姜疗倒膜原价__元套餐优惠。

b套全能浪漫无损烫发原价__元+姜疗护发原价__元套餐优惠

剪发卡优惠办卡活动：洗剪吹卡三次__元，特价__元，并送价值__倒膜一次。凡在当日购买贵宾，可购买靓点青春染发，

只需花_x_(不含洗剪吹，有效期限截止年月日)

活动前的准备

(1) 进行活动前人员动员:告诉活动内容，做到人人皆知。

(2) 准备好活动需要的各种产品，不要到时顾客来多了，却没有产品。

(3) 最为重要的一招就是活动前造势，造势将会对活动的成功起决定作用，具体看看如何造势：

a拉条幅：看起来简单，但一定要做。

b店内树立节目的氛围，让顾客一进来就有过节的感觉。

c员工着装：员工着装一定要给顾客喜庆欢乐的感觉，不要还是老一套服装。

(4) 最利害一招：就是短信群告诉你的老顾客或直接打电话给顾客，告诉活动内容，时间等。短信更好些，因为短信不管如何，一旦发到顾客手上，他定会看，而电话就不同了，可接可不接，而且短信便宜。

顾客利益

(1) 提供顾客正确烫发观念认识天然植物完美无损烫发概念(都有客人)

(2) 让顾客感受到高品质，高质量，低消费的现实。(物美价廉)

(3) 让顾客得到信任，安心, 满意的服务。(热情，主动, 舒适)

(4) 享受超低价格，超值服务。

2.6 员工利益

(1) 吸引更多客源，提高客均销售价。

(2) 提高员工服务，销售技巧与口才更好发挥。

(3) 促使员工更多接触，服务于客人并能将所学知识发挥出来。提高自信心，增加指定客。

(4) 提高本店整体工作效率，促进团结，消化矛盾，共创未来。

(5) 借广告发放宣传之机，锻炼员工胆识，认识创造新客群是不易，则应珍惜客源；更应做好服务。

(6) 提高员工收入。

活动前布置执行要点

(1) 对员工推销“全能浪漫无损烫”及烫后护理的完美无损烫发观念，并提前做好技术服务教育。

(2) 检查落实广告的布置及技术质量，服务语术，沟通训练是否到位。

(3) 员工照片及业绩展示牌(每日战报用)二天工作期(月日完成)

(4) 顾客资料整理，电话通知客人，三天工作期(月日完成)

(5) 广告发放(店内)期前三天展开(月日完成)

(6) 发型师可联系的客人由四天前通知。

(7)元旦画在活动前一天布置完毕。

a□店内销俾语术形成文字。

a.剪发怎样说成“全能浪漫无损烫”。

b.烫发顾客怎样说成“完美烫染”。

c.染发顾客如何元加一个挑染色。

d.如何让顾客购买“剪发卡

e如何让顾客购买产品？

广告发放语术训练。冷烫技术训练。染发技术训练护发技术训练。统一问候客人语术。

g□最新发型发表(布置店堂的挂画下，喷写元旦快乐)

(8)店外广告(写真，喷绘)发布月日完成

美丽卡发放：__月__日完成

纸巾发放：__月__日完成

海报贴：__月__日完成

每日早会检查前一天状况，布置当日工作

奖罚方法

此活动以业绩达成数的结果为比赛基础

a□发型师套餐达成及业绩目标达成数

b:助理贵宾卡，护发达成数及业绩同标完成第一周比赛冠军(奖现金)

第二周比赛周冠军与员工互相挑战(奖剪刀)第三周比赛周冠军与挑战数竞争(输者请客)第四周比赛周冠军十月冠军(奖现金)**c**□活动前三天：宣传并开始比赛例：发型师本月售套任务是每人100套，完成后另奖200元。1号发型师本月实际完成200套。完成数除以3标数等于完成率，1号发型师本月应得奖金400元。中小工同上只是降低奖罚数，未达到目标按奖金比率罚款。

如1号发型师本月实际完成80套，既完成率80%。那么i号发型师，本月店内罚款40元。各级周冠军店内另奖多少元，各级月冠军店内另奖多少元：各级最后两名各罚多少元。

活动总结

(1) 活动反馈

很多美发店把活动进行完后，就完丫，其实活动反馈很重要，特别是对下一次活动如何开展起到承上启下的作用。如何反馈呢?这里告诉几种方法：

a□顾客来进行消费时，一定采用软件进行建立档案，这样当顾客消费完后，节日完后就可以给他们一个电子邮件。

b□短信告知消费信息：很多美发店同行都给我们的顾客办有储值会员卡，当客人消费完后，如果再有一条消费短信告诉他，人家会觉得这个店消费透明，公正，会加大下次消费。

c□电话联系：电话联系虽然麻烦，但如何是你的重要顾客，一定采用电话联系，因为电话联系更加亲近。

(2) 活动总结

a□给每个员工进行业绩排名。

b□每个员工写活动总结：现在人越来越不习惯写字，写总结有利于思维训练。

美发店染发活动方案篇二

前期的准备：

1. 促销活动为谁服务，要达到什么目的。
2. 明确为什么要搞促销活动。
3. 活动的地点、时间、开展什么样的活动。
4. 对活动地点进行了解和对小区相关部门进行沟通。

物料的准备：

- 1、圆形或方形玻璃桌一张，桌中心应贴上发廊标志(可以用丝印或贴不干贴)，椅子3、4把。
- 2、需配备拉网展架或x展架针对活动做出形象展示，展架拉开时应注意天气的风向、大小，及时作好展架的固定工作。
- 3、路边促销中如果摆放了大型拱门，那么活动前应对活动地点进行查看，确定摆放地点，电源情况，检查拱门的好坏，鼓风机情况等等。
- 4、路边促销中有电视机及相关音影设备的话，应该在活动前对设备进行试用和调试，以确保活动的顺利进行。
- 5、路边促销针对客户群众须准备产品样品、演示道具、宣传资料、宣传单片、其各种展示板。

6、路边促销活动针对直接客户群，需准备好笔、纸、赠品、饮用水等小物品。

人员的准备：

1：一至两名商务人员(商务人员必须对产品和活动有一定的经验)，加带2-4名促销小姐(a□一般为年轻女性，身高一般在162cm以上青春女性为佳)。

2：商务人员一律得统一着装(一般是深色的西服，白色衬衣，深色皮鞋，胸卡)；促销小姐穿着由发廊统一的促销服(注意：鞋须穿深色高跟皮鞋，一定要带公司统一的天使帽)。

3：活动前必须针对促销人员进行岗前培训(培训内容包括：促销目的、促销人员站位、促销相关礼仪、资料发送、美发知识讲解、顾客沟通、活动结束后清场事宜)。

活动的申报

这是必须的程序，区域活动一定要得到公司的批准后才能开展。

内容即方案和费用报批。

1. 活动方案：背景分析；活动目的；活动时间、地点、活动人、主持形式、内容；活动操作控制；应急措施等。

2. 费用：活动所需的，预算以内的费用。

3. 小区活动

产品陈列、如何吸引路人和固定居民参加、产品演示与咨询、预约登记。

说明：活动为了让发廊周边潜在消费群体在选择发廊消费时，认识发廊品牌，了解美发产品；活动传播重点是让观众了解美发知识和美发特点。

c□活动的开展

1. 活动开展时，首先应该注意人气的涨动及观众与促销人员之间的互动性。
2. 注意资料发送的对象(有部分可能是对手发廊情报人员)及其重点对象。
3. 注意控制场面的有序性及规范性，在发廊项目讲解宣传的过程中注意有兴趣和意向观众联系方式的收集。

d□活动结束

当活动结束后，首先须进行场地的清场，这时应把宣传物资进行收拾、整理、包装以便下次利用。其次活动后着重进行活动的总结，分析及重点对意向客户的回访、跟踪服务。

最新美发店活动方案2：返点让利大优惠

在节假日可以开展活动，譬如十月一日。10月1日是伟大祖国成立周年的大喜日子，我们可开展“迎国庆，返点让利大优惠”行动，凡在国庆期间包月卡打9折，包季卡8.5折，并送4次治疗，包半年卡7.5折，并送8次治疗，包年卡打7折，并送12次治疗，并且凭月卡购护肤品9折，凭季卡购护肤品8折。消费者当月消费满1000元，即可获得贵宾卡一张，凭此卡购买产品全年打6.5折。

“短信”温情促销

“短信”现在可说是炙手可热，从一种人际传播工具迅速飙

升为营销新贵，商家看中的是短信覆盖面大、信息接受率高、感情色彩浓厚、费用较低、执行简单等特点。在目前的商业活动中，短信广泛应用于与客户联络感情、预约、发送促销信息等。据了解，人们对短信促销还是比较认可，特别是看到非常正规、能给自己带来优惠、有亲和力关于促销活动的文字，感觉自然不错。加上短信促销字数少、商家少，正所谓“物以稀为贵”，因此对促销活动的內容记忆深刻。而且建议在理发店管理软件里发，这样，既方便，也实惠，更加增添了美发店的档次。

中百万大奖促销

人人都想中奖，而且是中得越多越好。特别是女性，对中奖的欲望更强烈。在此，我们把人们的中奖欲望用于我们理发店当中。在北京有一家就是成功的抓住了这点，他的操作方法很简单，每当顾客在我们美容美发店消费20元。则赠送顾客一注价值2元的体育彩票。依此类推，顾客消费每增加20元，则多加一注。有一次，有一位顾客在这家理发店消费了300元，这家理发店老板当场就给这位顾客买了15注体育彩票，结果，这位顾客中了二等奖，奖金为14780元。该顾客中奖后，消息迅速地传遍了方圆2公里。从此，来这家美容美发店的顾客也就越来越多了。

理发店活动方案准备工作？

step1□对顾客进行详细的分类

一般来说，没有兴趣的顾客对于美容院发传单宣传很是反感，因为其一在于美容美发店盲目的宣根本没有把理发店的特色体现出来，其二在于有些发传单的人是为了应付工作，随便几张一起塞进顾客手中，这种被迫接受会令顾客对美容美发店的印象大打折扣。对于进店消费的顾客，要根据顾客的消费习惯和消费能力进行不同的分类，针对不同人群推出不同套餐，会达到事半功倍的效果。如针对学生可以推出校园卡

套餐，针对周围居民可以推出居民优惠套餐，而针对白领等可以推出高档套餐。随着时代愈来愈趋向个性化的消费，开店的人更需要与时俱进。有针对性的宣传和服务才是招揽顾客的关键。

step2□给自己一个明确的定位

理发店老板在开店之前应该有一个明确的定位，究竟是坐等收钱还是投入在理发店的经营中去，做老板并不是一味地依靠员工，而是有自己的一套管理体系，让员工信服。首先老板应以身作则，招揽顾客，在保证客流量的同时还可以带动员工的积极性，看谁的业务完成的高，调动员工的积极性和责任感。

最新美发店活动方案3

一. 了解活动对象

要了解活动方案要针对什么?是针对美发店的人气，还是高端消费群体、还是火爆营业气氛，都必须要了解清楚，有目的进行策划活动。如需要人气，美发店可以做一系列的户外宣传，来提升专业美发店在当地的知名度;如果是高端消费群体，美发店可以邀请策划公司协助做一些派对或引进一些卖点足、品质高的项目促销;如果是火爆气氛，那美发店可以举办一场大型的免费抽奖活动或限时超低价美发优惠活动。

二. 了解美发店周围环境:

三. 活动的目的明确，思路明晰:

活动目的在策划方案中必须清晰，让美发店所有员工能够瞬间了解这个活动的意义，这个活动能够为为美发店以及员工解决什么问题，同时又能为美发店附带些什么样的效益。

四. 美发店策划的执行、分工：

美发店活动主要分为大、中、小型活动，大型的活动一般很少见，涉及到很多方面的事情，所以专业美发店都会以中型活动为主。大型活动一比如与周边的商场共同举办一场顾客狂欢晚会，拉近顾客与专业美发店的距离；中型活动一义剪、艺剪等，增加美发店的人气营销氛围；小型活动一xx项目体验活动，推广新项目、染烫送护理等等。

但无论是大型活动还是中型活动，都要将活动细节化，操作简单化，分工明细化。方案中特别要详细的提到如何分工执行方案，员工培训谁负责，现场推销协助谁负责、员工激励方案等等，以上又如何执行都要清清楚楚的列出来。

五. 美发店活动的投资与回报

这一点是美发店业主比较敏感的区域，譬如说，这次活动美发店要投3000元进去，那是否可以给美发店赚回3000元。美发店活动不比商场的活动，不比促销活动，美发店活动是持续性的。美发店3000元投进去了，不一定能马上得到3000元的回报，而是体现在将这3000元转化成了什么效果。比如将这3000元转化为美发店的客流量，转化为美发店的整体气氛。

六. 时间的选择：

很多店都只选择过节时做活动，不错，这个时间段是很好，其他行业大都放假了，来做头发的也多了。可是这样局限性就很大的。特别是在淡季的时候，就需要做一些活动来增加人气(注：只是为了在淡季吸引客户，所以活动可以不必像过节那样搞很大)。这样一来，店里的人气就会得到提升，生意自然会有所提高了。

美发店染发活动方案篇三

目的：由于春节前烫染顾客倍增，年后势必会做倒膜护理，所以，以卖剪发卡为中心，卖倒膜盈利为目的。先利用二月二龙抬头，剪发卡锁定前年剪发客人对全年客人进行回访及回笼，控制客人消费周期。再利用三八妇女节，外卖倒膜创造业绩，并为5.1劳动节奠定基础。同时利用三八，二月二的活动，让员工自己检讨过去和展望未来。让员工认识到，只有会员卡的保护，才会有指定客人重复消费。让员工感觉到，持续的吸收会员卡，将能培植每日稳固业绩基础。激励团队精神，以团体为出发点，争取最佳福利与荣誉。

活动日期：到3月18日止

员工主推：

1亲亲会员卡

2购买倒膜原价元，再送一年剪发

3烫染护拉全场4.8折

活动内容：

(1)春夏流行风：高弹水能精华，日韩创意染发造型

(2)英国沙宣修剪

(3)对内员工规定目标客数，会员卡张，倒膜套。

(4)员工创业绩客单价最高，业绩最高。

活动套餐

(1) 高弹水能精华烫+醋疗精华+挑染原价现价

(2) 日韩创意染发+染前醋疗精华原价现价

(3) 凡购买倒膜一套原价现价再送全年剪发次

(4) 凡购买**倒膜一套原价再送价值元的烫发

(5) 凡满单项元送全年剪发

(6) 凡购买造型发蜡，者哩，发纤，发泥，任何一瓶者，并一律元，送价值的洗剪吹1次。(7) 凡在活动期间购买全年剪发卡者原价元现价元再送价值**元的倒膜1次。

顾客的利益：

1认识好的产品是由专业人员来操作完成的。

2令顾客真正感到高品质，低消费，高享受待遇。

3令顾客安心，信心满意的服务。

4超值价值，超值服务。

活动前置要点：

1促销产品的备置，不可以是店内日常销售的，一定要是市场买不到的。

2对于烫发的操作流程，每位员工务必用熟。

3店内的pop布置及技术质量，语气沟通训练是否到位。

4最新流行图片收集是否以全。

5顾客资料卡的整理，并拟定可控名单做检查。

6预约卷发放区和分配是否划分清楚。

7发型师对商圈的住家拜访预约成果和工作分配情况，并制定可控名单。

8发型师的图片手册

9a现场销售话述，文字整理，如何让单剪变为烫染护客人，让烫染护客人如何变为高单客户。

b商圈拜访话术

c预约单发放话述

d顾客电话问候话术

e烫染技术训练

f8款——10款剪烫发型培训

10

a红条幅

b贴纸宣传背胶

c海报

d顾客电话联络

e精神动员早会，提前营造时间1个小时

f每天早晚会检讨前1日营业状况

11任务奖励方式

(1)发型师套餐比赛

(2)推卡比赛

(3)总业绩及单项业绩最高

(4)助理套餐比赛

(5)助理推卡比赛

美发店染发活动方案篇四

美发店促销活动方案1、适合用于新产品上市时的推广，让消费者用便宜的价格享受到高质量的产品，让消费者更了解产品，为产品今后的销售打下基础。在店外客房产品展示架和宣传海报，在店内可以给消费者发产品手册和使用手册。活动一定要有时效性，例如1周或者10天，让消费者明白这是新产品上市时的特惠活动。全新健康洗头，加量不加价(现在发廊即可执行)利用公司赠送的大型宣传海报，在规定活动时间(1月)内实行不加价的原则，大力进行三温暖洗发、护发系列产品的推广。

美发店促销活动方案3、客人在发廊没消费100元，给一定的积分，当积分达到一定的额度，给予客人相关的优惠或者物质奖励，现在很多行业，甚至很多发廊已经开始使用。他会给客人一种身份象征，同时平衡老顾客长期消费的厌烦心理。

美发店促销活动方案4、对客人进行消费教育，给客人一些健康美发的知识，增强发廊在客人认识中的专业性，权威性，增强对客人进行项目推广时的说服力，比如头发的整体知识，

不要太复杂，让客人有一个简单的了解，健康洗发、护发、造型、头发日常护理小秘诀等。

美发店促销活动方案5、设计师在为客人做造型的时候，要主动教给客人如何使用造型品才能保持美丽的发型，这要养成一种习惯。可以提高客人的满意度，使发廊保持客源并吸引新的客源。同时，可以提高发廊的造型品的销售。

美发店染发活动方案篇五

x美发店元旦大促销活动，欢迎新老顾客

20xx年12月x日至20xx年1月x日

x美发店

x美发店新老顾客

一、活动内容：

1. 产品选择：选择特定产品(一般为小包装：例如200ml的洗发水，发雕等)进行推广，要求：为单一产品进行活动，产品为新产品中的推广核心。
2. 在发廊单次消费满一定金额：例如100元，加5元钱就可以购买原价x元的产品一瓶。
3. 活动一定要有时效性，例如1周或者10天，让消费者明白这是新产品上市时的特惠活动。
4. 全新健康洗头，加量不加价(现在发廊即可执行)
5. 利用肯恩产品现在推出(5月~8月四个月时间)的买客用装送发廊大桶装的政策开展“夏日健康洗发”项目推广，以带动

客用小包装(400ml)产品的销售。

6. 宣传配合：利用公司赠送的大型宣传海报，在规定活动时间(5月)内实行不加价的原则，大力进行三温暖洗发、护发系列产品的推广。在第一期活动结束后，公司将配合新的(6~8月)宣传海报，发廊可根据自己自身情况，调整价格。

7. 要求：加盟店要对所有员工进行深入的培训，让员工对产品，对销售政策有深刻的了解。要将公司的宣传海报张贴在店铺内的醒目位置上，配合项目的推广。在店内提供一个位置进行产品的集中摆放。

二、烫、染、护套装促销

1. 针对客人进行整体的项目推广，向客人推出健康烫、染的概念。

3. 廊利用项目卡的推出，让客人体会到头发健康的重要，同时能长时间保有客源。

4. 顾客积分奖励

5. 给长期忠实顾客的一种优惠。

6. 客人在发廊没消费100元，给一定的积分，当积分达到一定的额度，给予客人相关的优惠或者物质奖励。

7. 这种方式，现在很多行业，甚至很多发廊已经开始使用。他会给客人一种身份象征，同时平衡老顾客长期消费的厌烦心理。

8. 要求：积分卡制作要精美，体现身份、价值。

三、忠实顾客联谊

1. 在特定的节日如：妇女节、圣诞节、元旦节针对忠实顾客举办一些联谊活动，增加发廊与顾客的亲密度。
2. 联谊会可以采用茶话会、酒会的形式，可以设立一些小游戏，提供一些小奖品，让客人官爵有所收获。
3. 要求：制作精美的邀请函，让客人有身份感，
4. 此外，可以给客人1~3分介绍卡，让他介绍最好的朋友，亲属来店消费，发廊将给予介绍人一定的奖励。
5. 美发教育手册
6. 针对客人进行消费教育，给客人一些健康美发的知识，增强发廊在客人认识中的专业性，权威性，增强对客人进行项目推广时的说服力。

四、产品手册的内容：

- 1、头发的整体知识，不要太复杂，让客人有一个简单的了解，头发健康的概念。
- 2、健康洗发、护发篇：交给客人日常如何有效的护理自己的头发
- 3、烫染篇：教给客人一些基础的烫染知识，烫染后头发护理的知识。
- 4、造型篇：教给客人一些基础造型品的使用方法及技巧，让他们在自己家里也能进行头发造型diy□
- 6、造型教育、游戏

发廊人是否认识到这个问题，当设计师为客人设计了一个精

致的发型，但由于客人自己不会打理而造成客人的沮丧，甚至导致客人的流失。这是发廊，是设计师的失职，因为你完全可以通过造型教育，产品使用培训而让客人的美丽发型保持持久，而且可以带动发廊造型、定型品及相关工具的'销售。

1. 设计师在为客人做造型的时候，要主动教给客人如何使用造型品才能保持美丽的发型，这要养成一种习惯。

2. 发廊制作邀请卡，请客人于某个时间光临发廊，进行整体的造型训练，并举办小的比赛，游戏，让客人自己评分，优胜者给予一定的奖励。这种方法，可以提高客人的满意度，使发廊保持客源并吸引新的客源。同时，可以提高发廊的造型品的销售。（肯恩公司将推出全新的造型、定型系列产品，并针对加盟发廊设计师进行相关的优惠政策）。

美发店染发活动方案篇六

主题：庆祝国庆，时尚烫发染发，大礼包。

目的：

- 1、针对五一的烫发染发顾客和8，9月剪发顾客的回笼，并为与打好元旦，圣诞作基础，稳定业绩。
- 2、针对五一顾客回笼，并控制顾客的消费周期
- 3、为脱离同行商圈的高争压力，造就更稳定而成长的业绩。
- 4、帮助员工造势，创造客数，产生不断的烫发染发客户。
- 5、使我们掌握和控制客人的消费周期。
- 6、让员工认识到，唯有会员卡的保护，才有真正的指定客人重复消费，固稳业绩。

7、激励员工，使全体员工都能增加凝聚力，建立团队精神，创造个人和团队高业绩。

8、使员工和客人都拥有一颗感恩的心。

活动日期□XXXX年X月X日——XXXX年X月X日

自定员工主推：烫发，代金券。

会员卡活动内容：

1、烫发，护发一律3.2——4.2折，吸引顾客，创造大量烫发客群。

2、内部设立烫发套餐，剪发卡销售责任目标数，创造高单价业绩。

(1)水能高弹理疗烫

a□烫发+天然醋疗精华原价 现价

b□烫发+染发 原价 现价

c□染发+天然醋疗精华原价 现价

d□烫发+染发+天然醋疗精华原价 现价

(2)凡单项满——元，均送一张价值——元的母亲感恩卡，可以任意消费

(3)母亲感恩储值卡原价228元，现价100元，可任意消费

(4)凡购买倒膜一套原价元再送 元的储值卡一张

(5) 凡到本店消费者一律送价值元的天然精华倒膜

6) 凡购买我店任意产品的.，均送价值 元的剪发

3、凡烫发顾客在当日护发一律同价免费。

4、(1) 剪发卡优惠办卡大活动

(2) 洗剪吹三次 特价元，并赠送价值 元的倒膜1次

(3) 凡在当日购买贵宾卡的客人，可免当日消费。例：贵宾卡元送倒膜 元

(4) 凡做烫发套餐的顾客，可购买 烫发，只需花 元(不含洗剪吹，有效期至 月 日)

顾客的利益：

- 1、认识好的产品是由专业人员来操作完成的。
- 2、令顾客真正感到高品质，低消费，高享受待遇。
- 3、令顾客安心，信心满意的服务。
- 4、超值价值，超值服务。

活动前置要点：

- 1、促销产品的备置，不可以是店内日常销售的，一定要是市场买不到的。
- 2、对于烫发的操作流程，每位员工务必用熟。
- 3、店内的pop布置及技术质量，语气沟通训练是否到位。

4、最新流行图片收集是否以全。

5、顾客资料卡的整理，并拟定可控名单做检查。

6、预约卷发放区和分配是否划分清楚。

7、发型师对商圈的住家拜访预约成果和工作分配情况，并制定可控名单。

8、发型师的图片手册

9 □a.现场销售话述，文字整理，如何让单剪变为烫发染发护客人，让烫发染发护客人如何变为高单客户。

b.商圈拜访话术

c.预约单发放话述

d.顾客电话问候话术

e.烫发染发技术训练

f.8款——10款剪烫发型培训

11、任务奖励方式

(1)发型师套餐比赛

(2)推卡比赛

(3)总业绩及单项业绩最高

(4)助理套餐比赛

(5)助理推卡比赛。

十一美发店活动优惠方案：

方案一：国庆节期间，一次性充卡或购买产品满n元，赠代金券面值50元一张。

方案二：国庆节期间，烫发一次，满n元，赠价值 n元(洗护套装)1套+价值 n元(烫后护理精华)1瓶。

方案三：国庆节期间，做一次xx品牌彩色焗油，赠一套xx品牌价值n元洗护套装1套；另加送价值n元锁色护理精华1瓶。

方案四：国庆节期间，做一次xx品牌直线烫，赠xx品牌价值n元柔顺修复王1瓶。

方案五：国庆节期间，男士剪发一次，赠时尚造型发腊1款；男士染发一次满88元，赠价值38元特效洗发水1瓶。

方案六：孝心套餐。国庆节期间，女士染烫消费n元，赠孝心卡1张。孝心卡(老人可免费享受一次头发修剪)。

美发店染发活动方案篇七

喜迎元旦，好礼大派送

20xx年12月28日—20xx年1月5日

- 1、利用节日促销，提升美发店年末业绩；
- 2、通过一系列促销活动，拉近与顾客之间的感情，巩固顾客忠诚度；
- 3、节日促销带动顾客的消费欲望，开拓新客源，维护老顾客。

一、冬季项目促销

冬季，头发经常干燥难打理，很多顾客都喜欢去美发店给头发做一个护理，以便头发看起来更加有光泽。在此元旦活动之际，美发店顺应顾客的需求，针对性的做头发护理项目促销，比如专业补水、保湿等，让顾客真正感受到节日促销带来的实惠。

二、100元大变样

很多顾客都喜欢在临近年末换个发型，回家给家人一个惊喜的感觉。所以，美发店在元旦活动期间，推出“100元大变样”的促销活动，帮你打造一个20xx年最时尚的发型；该“100元大变样”项目中包括洗剪吹+烫染护理，让你花的放心，造型效果满意。

三、0元义剪

0元义剪活动，重在帮助那些需要帮助的60岁以上的老人，让他们感受到生活的美好及他人的关爱。美发店在举办0元义剪活动时，先在自己店前设置一个宣传展架，增加知名度。然后美发师可以去一些敬老院帮助老人剪头发，这项活动不仅可以增加美发店的知名度，同时促进公益发展。

四、附加值促销

圣诞节、元旦都是顾客消费热情很高的时段，因此，美发店针对顾客的刺激消费的促销手段不可少。在美发店元旦促销期间，针对顾客消费满200元后，即可获得美发店赠送的附加值产品或是礼品，让顾客开心选购。

(1) 信息跟进反馈

美发店在做完每次促销活动后，都需要及时进行信息反馈，

了解本次活动的不足，避免下次活动能够更加完美。

一般美发店可以通过进行电话拜访或是短信告知等途径，来了解本次促销活动的成果。

(2) 活动总结

美发店元旦促销活动后，可以总结每位员工的业绩，给予一定的奖励，激励员工更好的工作；同时，每位员工也可以根据此次的活动，总结自己的得与失，为下一次活动取得更好业绩做铺垫。

美发店染发活动方案篇八

2018美发店营销方案

中华光辉灿烂的文化，为世界文明进程作出了巨大的贡献，从而享有“文明古国”的美誉。随着社会经济的发展和人类生活水平的不断改善，自夏、商起至西周时期，统治阶级已经基本完善了一整套的冠服制度。小编精心收集了美发店营销方案，供大家欣赏学习！

2017美发店营销方案一

..家门口的街道两旁，有五六家美发店，都是本市的美发连锁店。

但对其中一家，从半年前开始，我多次从其门前经过，但我不会进去做头发了。不是这家与其他店相比服务技能不好，而是缘于之前两次相同待遇的理发经历。

这家店在本市的招牌还是比较响亮的，其创造人的简历也很诱人，并作为广告内容放置在店门门头广告中，连锁店的规模也很大，从员工的激情式管理、统一的制服管理来看也比

较规范。我进去的经历是：

门口有笑颜如花的服务生，进去后服务生的热情度也高。可在洗头和剪发

..过程中，服务生和剪发师傅不停地在耳边推荐其公司的美发和面部扶理产品，并强力推荐公司几百到一万元的所谓的优惠会员卡。我当时以随身未带很多现金为由推却，可他们的推销技巧更上一层楼，从我面部皮肤的毛孔分析，到可以刷卡或购一张小卡的劝诱，其目的便是现场消费，我的理发事项倒成为了附属事项，我也对他们的推销水平也比较佩服。但我以我的方式艰难婉拒了其推销。随之而来的是他们态度的迅速降温，其服务也打折扣。

..人与我一样，后来都常过店门而不入。

从这个事例，我从营销的角度有几点感受：

第一是推销时一定要关注顾客的情绪。顾客基本上都反对过度劝说式的销售，所谓过度是指顾客表示出不感兴趣后还继续喋喋不休地进行劝导。顾客也是理性的，推销最易引起顾客厌倦情绪，如果是在顾客不感兴趣时还要求顾客当场实现消费的方式更不可取，是一种短敌视行为。

..期功利的表现都会吓走客户。

收入与此挂钩。这样的管理方式必然有效，但一定会是短期行动，短视行动会透支企业的品牌和声誉，形成浮躁的企业文化，影响了企业的可持续发展。

推荐是销售的重要形式，但一定要做到恰到好处。这应该是经营者的共识。

2017美发店营销方案二

从空间发廊上看，要结合经济角度考虑，利用好每个空间，考虑每个功能区的分布合理性。当设计一家发廊店时，.. 首先应该按照实际空间的使用去考虑每一个区域的安排，充分利用好每一寸空间，既发挥每一处空间的作用，又迎合顾客的心理。

一般的大型发廊店应该由:美发区、烫染区、洗头区、冲水区、产品区、休息区(客人休息区、员工休息区)色吧区、接待区、前台区、办公区:有些休闲美发店还有美容区、美甲区，健身区、沐足区。美发区是美发店装修的重中之重。在保证干净整洁的基础上，给简单的镜子和椅子组合而成的美发区增添特色。把美发区的镜子打破传统的四方形形状，安上扇形的镜子，让人眼前一亮。

镜子旁边的墙壁也不能忽视，可以

.. 几，成为可品茶可聊天的舒适休息区。

在一些没法利用的角落，也可以化腐朽为神奇，摆上沙发，就是休憩之地了。如果空间不够，几张实用而又不占空间的凳子，也能形成流动性的接待区，由于凳子颜色抢眼，也为整个店增色不少。前台区应该体现出店面的整体设计风格，应该属于是店面的一个亮点，整体设计可以用玻璃不锈钢及大理石来体现出其独有的面貌，前台背景体现出公司品牌效应。.